微信公众号“新世相”的传播策略

摘　要： 自2012年微信公众号推出以来，各类微信公众号如雨后春笋般出现，经过几年的市场开发和用户培养，新世相、咪蒙、十点读书、胡辛束、大忘路、单向空间等平台都拥有了大量的用户，并成为了趋于完善和获得盈利的新媒体平台。作为其中的代表之一，分析新世相的传播策略可以为其他新媒体平台提供参考，使其更快速和可持续地发展。本文通过对新世相传播内容、用户、传播渠道等方面的分析，概括出了其打造具有高辨识度的传播平台、以用户为导向的内容策略、事件营销制造传播话题的传播策略。

关键词： 微信公众号；新世相；传播策略

中图分类号： G220　　**文献标识码：** A

文章编号： 1671-0134（2017）12-105-02　　**DOI：** 10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.03.024

■文 / 任丽芳

2015年10月10日，微信公众号新世相开始运营，截止2017年3月份其已推送300多篇文章，在近一年半的时间里，新世相通过几乎每天凌晨推送一篇文章或一段话的形式来进行内容的生产和运营，部分文章的阅读量均在100000以上，是目前备受业界内外瞩目的新媒体平台之一。新世相创始人张伟将其定位为一家“探索可能出现的新的内容生产模式和传播方式的新内容公司”，将核心受众定位于一线城市对内容质量苛求的部分读者，通过制造好的内容，与品牌进行嫁接，从而获取更健康的品牌形象。目前来说，其用户主要为全国乃至全球的年轻女性，其文章着眼于探讨大多数人的困惑，提倡审美和品味，引导社会潮流，已成为被忠实用户认同、需要和依赖的生活方式类新媒体。同时，新世相还通过事件营销等形式不断地制造话题，塑造品牌形象，深化品牌内涵，通过与用户互动增强社群的凝聚力，并逐渐形成了一个循环的商业系统。基于新世相在当前新媒体平台受众中的影响力，本文将对新世相的传播策略进行分析。

1. 打造具有高辨识度的传播平台

新世相不追求热点，反对坏品味，是具有强烈、清晰人格的新媒体平台，并具有自身独特的标题、文字、图片以及排版风格。其通过诗歌一样的标题、吸引人的故事、散文一般的表达方式、不落俗套的话题选择和强烈的好恶表达形成了较高的品牌辨识度，是国内外文艺青年的聚集地。

在品牌口号的提出方面，新世相通过不断变化却始终保持独树一帜的品牌口号吸引了文艺青年的注意力：“我们终将改变潮水的方向”“不做潮水，要做河床”“倡导见识和审美，倡导长文章的阅读，倡导有物质基础的精神生活”等品牌口号都通过简单明了而意义深刻的文字体现了其独特的品牌内涵，彰显了平台的特点，有利于凝聚平台用户，激励其主动传播。

在文章标题的拟定上，新世相也有着独特的传播策略。首先，其通过在标题中采用提问的方式来抓住用户的猎奇心理，增加文章的阅读量。《你也失去过一个人吗？》《如何向父母解释自己的工作？》《2016年你最想撤回的一句话是？》等文章的标题都是通过疑问句来吸引用户的注意力；第二，其通过在标题中使用具体的数字来激发用户阅读的欲望。《可以把寒冷怪罪给天气 | 喜欢或讨厌冬天的70个理由》、《“差不多有五年没被拥抱过了” | 秋天结束前发生的70个冷或温暖故事》《68条真实生活经验：什么物品能治愈你的苦恼》等都是结合数字来让用户在文章中找到适合自己的描述；第三，新世相还通过在标题里加入表达态度的词语让用户在阅读的同时分析自身的困惑和找到解决的方法，例如《为了逃避而自我旅行》《年轻人，请忍受一下》《为多少工资可以放弃理想》等都向用户表达了其面对困惑直接的观点和态度。第四，新世相通过在标题中提出与社会主流论断和常识相悖的观点来表明自身的态度，阐述属于平台的独特主张。《永远相信美好的事情不会发生》《我为什么劝你过无聊的生活》《我刚刚决定不结婚了——18个说干就干的故事和18个想逃逃不掉的故事》《春宵时刻，一文不值》等文章都是其品牌独特性的体现。另外，新世相还通过在标题中使用语义相反的词来形成冲突，引发用户的对比和思考。《火车长，人生短》《表白比分手更让人后悔》《从前你相信的事现在动摇了吗》《都说买不起房的感受，你知道买房子的感受吗 | 北京买房故事》等文章的标题都是如此。

在内容的排版上，新世相每一篇文章的最开始都会注明“这是新世相的第xx篇文章”，来使平台更加具有媒体的专业化和持续性特点。其文末也会放置引导关注的微信公众号二维码和品牌口号来反复强调其品牌内涵。

2. 以用户为导向的内容策略

Kristina Halvorson认为“内容策略是针对具备有价值和可用性特征的内容而做出的创建、发布及管理。”新世相作

为一个拥有几百万用户、几乎每天生产内容的新媒体平台，其主要是以用户为导向来进行内容的创建、发布和管理，具体来说包括其直接生产针对用户、服务用户的内容和结合用户参与互动回复的内容来生成传播的内容两种形式。

在其直接生产的内容中，文章主要着眼于大多数用户生活、工作的现状和面临的困惑，以成为对于解决用户困惑有用的新媒体平台，使用户形成使用习惯和依赖为传播目标。纵观新世相发布的内容可以发现，其主要在探讨当下在一二线城市生活和工作且压力较大的文艺青年们面临的问题，例如关于这部分人群的阅读、音乐、恋爱、买房、熬夜、加班、旅行等事情；关于其人生的坚持、放弃、成败、努力、责任、害怕、逃避、孤独、后悔、失去、不满等绝大多数人共同面临的话题，从而使用户产生认同感，帮助其解决问题，引导社群认识问题、分析问题和解决问题的方向，并有利于引起用户的共鸣，形成主动传播，扩大平台的影响范围。

其根据用户参与互动回复的内容又分为两种形式来进行传播。首先，用户回复的内容会成为其文章内容的来源。通过列举不同用户不同类型的回复来引起读者的好奇，也让被列举的用户产生归属感和满足感。例如新世相会通过向用户征集关于“你面临的人生难题”“你什么时候获得了人生的第一个‘十万块’”“讲讲你和宠物之间的故事”“哪一刻你感受到爱情”“你是谁”的文字、图片或者视频等形式的回答，来选择部分用户的内容发布到文章中。其次，新世相也根据用户的回复来发起相应的市场活动，更深层次地满足用户的需求。例如“今天，邀请你制作一份‘城市便利店故事地图’”“新世相·故事分发机”“和我建一座‘永远下雨的城市’”等活动都结合了用户回复内容，抓住了生活在一二线城市以女性为主的用户群体的心理特征。

3. 事件营销制造传播话题

2016 年 7 月 8 日上午 8 点，新世相在文章《我买好了 30 张机票在机场等你：4 小时后逃离北上广》中邀请用户“作自己的主，4 小时候后逃离北上广”。文章一经发布立即引起热议，并引发了新媒体平台的广泛关注，出现了《四小时后逃离北上广？那就来我大南京吧！》《四小时后如果你没逃离北上广，请收下这 100 张神州专车卡》《四小时后如果你没逃离北上广，请继续好好生活》等借势营销文章，将此次活动推向了更广阔的受众视野，间接扩大了活动的影响力和增强了传播效果。这是新世相第一次通过事件营销制造传播话题的案例，在此后其又携手众多品牌商发起了“凌晨四点的北京”“中秋不回家”“当一小时偶像剧女主角”“丢书大作战”等营销活动，吸引了大量的用户参与其中，突破了微信公众号作为新媒体的基本功能，深化了品牌内涵，赢得了品牌商的争相合作，使粉丝产生了身份认同，拥有了共同的使命感，形成了独特的传播策略。

其中“新世相图书馆”是其 2016 年 6 月起推出的按月进行的读书服务，已成为可持续开展的市场活动，形成了一个循环的商业系统。用户通过支付 129 元来购买图书服务，新世相则每个月给用户邮寄书籍，如果用户一个月之内看完四本书并且寄回来，便会把钱退给用户。据统计，截止到 2017 年 3 月份，已经有 8 万人通过新世相平均每月读完了 3 本书。其邮寄的书籍通过用户添加书评、认识书友等形式，发挥了线下的社交媒体作用，解决了一部分人不能自觉阅读的问题，并且通过此活动使平台拥有了具有一定消费能力和相同消费习惯的精准用户，为其开展其他方向的盈利活动奠定了基础。

此外，新世相还推出了售价 129 元的“青春版红楼梦”，开发了红楼 APP 方便用户阅读和分享，联合歌手陈粒和好妹妹乐队创作了主题曲《红豆词》，并在微信公众号的菜单栏设置了持续互动的独立入口，以此希望《红楼梦》能在都市中重新流行起来。此活动是其具有盈利能力的传播活动之一，体现了其文艺青年聚集地的品牌特征，彰显了其倡导文化品位和引领社会潮流的品牌内涵，赢得了用户的认可。

4. 结语

微信公众号平台本身具有成本低、及时性好、互动性强、分享便捷等优点，并且其正在不断完善用户分析和管理等功能、增加互动营销方式等内容，是具有很强商业价值的新媒体平台。新世相通过打造具有高辨识度的传播平台、执行以用户为导向的内容策略、通过事件营销制造传播话题等传播策略成为了较为成功的微信公众号品牌。因此，在微信公众号的运营中，要想获得用户的关注，引发用户的讨论，增强平台的影响力，就要具有独特而高效的传播策略，而新世相的传播策略可以作为其他公众号运营的参考对象。媒

参考文献

[1] 王中雪 .“咪蒙”微信公众号的社会化营销策略研究 [J]. 新闻研究导刊，2016（13）.
[2] 张妍妍 . 微信公众号故事性广告的营销传播——以咪蒙微信公众号为例 [J]. 青年记者，2016（30）.
[3] 薛皓轩 . 人民日报新媒体传播策略与启示 [J]. 西部广播电视，2015（04）.
[4] 卿志军 . 媒体公众号的“大内容”传播 [J]. 青年记者，2015（09）.
[5] 林嵘 . 融媒时代纸媒微信公众平台的发展策略探讨 [J]. 新闻传播，2016（16）.
[6] 方兴东，石现升，张笑容，张静 . 微信传播机制与治理问题研究 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2013（06）.

（作者单位：武汉理工大学）